

Cultura i Turisme: un binomi amb futur

BARTOLOMÉ DEYÀ TORTELLA

*Degà de la Facultat de Turisme
Universitat de les Illes Balears*

Resum

El turisme és i ha estat una font de prosperitat, i és un dels motors del creixement econòmic en moltes regions. El turisme cultural, encara que suposa un percentatge menor que altres segments de mercat, presenta tota una sèrie de característiques que fan que constitueixi un dels segments de mercat amb majors potencialitats, sobretot per regions amb alts nivells de estacionalitat, com es el cas de les Illes Balears. Però no és menys cert que el turisme també genera externalitats, no solsament sobre el medi ambient, també sobre la cultura de la regió de destinació.

Paraules clau: turisme, cultura, externalitats, Illes Balears

Abstract

Tourism is and has been a source of prosperity, and is one of the main drivers of economic growth in many regions. Cultural tourism, although represents a smaller percentage than other market segments, presents a number of features and characteristics that make it one of the market segments with the greatest potential, especially in those regions with high levels of seasonality, as the case Balearic Islands. But it is also true that tourism generates externalities not only on the environmental resources, but also on the cultural heritage of the destination region.

Keywords: tourism, culture, externalities, Balearic Islands

Situació actual del turisme

El turisme ha estat i és una font de prosperitat econòmica i social per a moltes regions del món, com les Illes Balears. El turisme s'ha revelat com un dels motors econòmics més dinàmics i que major fermesa ha demostrat a nivell mundial davant les envestides de la crisi econòmica iniciada a l'any 2008. Algunes dades així ho corroboren. Segons les xifres de la Organització Mundial del Turisme (OMT, 2014), a l'any 2012 es va superar el llindar dels mil milions de turistes internacionals, xifra que no ha deixat de créixer fins a situar-se actualment per sobre dels 1.100 milions. En aquest sentit, alguns estudis estimen que el turisme suposa el 9% del Producte Interior Brut mundial i un de cada 11 llocs de feina. En el cas de Espanya, aquestes dades presenten una evolució similar. Amb més de seixanta milions de turistes internacionals i més de seixanta mil milions de

ingressos generats per el turisme internacional, Espanya es situa de nou en les primers posicions a nivell mundial, sols per davall de França i els Estats Units.

Les Illes Balears no s'han mantingut al marge d'aquesta evolució. A l'any 2013 les nostres illes varen rebre 12,992 milions de turistes (11,025 turistes internacionals, i 1,967 turistes nacionals) (Conselleria de Turisme, 2014). Aquestes xifres ens constaten que la xifra de turistes internacionals manté la senda de creixement sostingut de forma constant durant els darrers 5 anys, fent que el nombre de visitants internacionals es situï en nivells superiors als anteriors als de l'inici de la crisi econòmica (any 2008). Per contra, les dades referents al turisme nacional, encara que experimenten un lleuger creixement respecte a les dades de l'any anterior, es situen encara molt per davall dels nivells anteriors a la crisi (3,155 milions de turistes nacionals a l'any 2008), fent palesa de la complicada situació econòmica que encara viuen moltes famílies del nostre país.

No obstant això, aquestes xifres de caràcter macro amaguen algunes realitats de caràcter més micro també reveladores. Per un costat, les dades ens revelen un agreujament considerable del fenomen de la «estacionalitat», ja que cada cop son menys els establiments que romanen oberts durant els mesos de temporada baixa (de Novembre a Març), i al mateix temps els seus indicadors d'ocupació dels que romanen oberts empitjora. També s'observa una nova reducció en l'estada mitjana dels turistes, reafirmant així la tendència observada durant els darrers anys (9,1 vespres a l'any 2009 front als 8,1 vespres de l'any 2014). També s'observa un nou increment en el nombre de turistes que visiten les illes sense el típic «paquet turístic», així com en el nombre de turistes que s'allotgen en modalitats d'allotjament distintes a l'hoteleria. Aquestes tendències son el resultat dels importants canvis que s'han produït als darrers anys tant en la oferta com en la demanda de productes turístics arreu del món. Per un costat tenim l'important creixement en les connexions aèries experimentat per les anomenades companyies de baix cost, així com la proliferació de nous canals de comercialització de productes turístics (agències de viatges on-line, meta-cercadors, comunitats de viatgers, etc). Per altra banda, la realitat ens demostra que s'estan produint importants canvis en els patrons de comportament i en els hàbits de consum dels turistes que visiten les nostres illes, cercant cada vegada productes més personalitzats i que permetin practicar noves experiències turístiques.

El turisme cultural

Segons la Organització Mundial del Turisme, entenem per turisme cultural com tots aquells moviments de persones que es realitzen amb l'objectiu de visitar atractius culturals per tal d'obtenir nova informació i noves experiències, per tal de satisfer les seves necessitats culturals, o per generar nous coneixements o experiències.

Encara que actualment les xifres de turisme cultural no es situen als nivells d'altres segments de mercat dins les grans xifres de turisme internacional, es un dels segments amb major potencial de creixement a futur. Però sobretot es tracta d'un segment de mercat amb unes característiques molt adequades per el tal de reduir alguns dels principals problemes del model turístic que presenten les Illes Balears.

Si analitza'm les dades que s'extreuen de la darrera enquesta de despesa turística (Instituto de Estudios Turísticos, 2013), s'observen dades molt reveladores. Així veiem que fins a un 53% dels turistes internacionals que varen visitar Espanya desenvoluparen activitats culturals, fonamentalment a les Comunitats de Madrid y Catalunya, i en menor mesura a les comunitats amb models turístics més enfocats cap a la combinació sol i platja (com son les Illes Canàries i les

Illes Balears). De forma més precisa, el 14,5% dels turistes internacionals que visitaren Espanya tenen com a motiu principal la cultura, i tendeixen a organitzar el seu viatge fora del típic «paquet turístic». El seu volum de despesa diària es més alta que la mitjana, i per norma general organitzen els seus desplaçaments fora dels mesos considerats com a temporada alta (del juny al setembre), contribuint així de forma notable a reduir el fenomen de la «estacionalització».

A més dels efectes positius que genera el patrimoni cultural d'una regió sobre el turisme, cal assenyalar que aquesta relació pot esdevenir en bidireccional. Així, si el sector turístic es capaç de posar en valor el patrimoni cultural d'una regió, es poden generar els recursos econòmics necessaris per a la seva protecció i regeneració. Però, com no podia ser d'una altre forma, el caràcter de bé públic que en moltes ocasions presenta el patrimoni cultural, farà que en moltes ocasions sigui necessari el desenvolupament de mecanismes de redistribució que permetin generar dits recursos econòmics.

Els perills del turisme: les externalitats

Si bé és cert que els beneficis econòmics del turisme, en termes d'ingressos i ocupació, són molt grans, probablement a causa dels efectes multiplicadors en tota l'economia (Fletcher i Archer, 1991; Payeras i Sastre, 1994), també és cert que el turisme pot generar diversos impactes negatius (també coneguts com «externalitats»). Com s'ha assenyalat pel Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient, com qualsevol sector de la producció, el turisme té impactes negatius i efectes positius per al medi ambient, la societat i l'economia a nivell local, nacional i mundial. En alguns casos, una de les conseqüències d'aquests impactes negatius deriven en l'aparició d'actituds negatives envers al turisme entre la població resident (Bujosa i Rosselló, 2007; Kuvan i Acan, 2005). Els principals efectes negatius del turisme es poden classificar en els impactes econòmics, ambientals, i culturals.

Els impactes econòmics del turisme consisteixen en una major despesa pública per tal de finançar els béns i serveis públics necessaris en qualsevol destinació turística, com son infraestructures (aeroports, ports, carreteres, etc.), recursos públics (jardins, platges, parcs públics, i un aparcament), així com altres serveis públics (seguretat pública, salut, gestió de residus, subministrament d'aigua, etc.) (Palmer Tous et al, 2008; Gómez et al, 2008). Aquest efecte s'agreuja a aquelles destinacions turístiques amb un alt nivell d'estacionalitat (Rico-Amorós et al., 2009), com es el cas de les Illes Balears. En aquestes destinacions, la indústria turística requereix la construcció i desenvolupament de unes instal·lacions i serveis públics (aeroports, carreteres, plantes de tractament de residus i aigües residuals, plantes de dessalinització, etc.) que s'utilitzen només uns mesos de l'any (durant la temporada alta), el que suposa un ús altament ineficient. A més, la demanda turística creixent de béns i serveis bàsics (alimentació, menjars, transport, etc.) sovint fa pujar els preus locals, generant significatius efectes negatius sobre el benestar dels residents locals.

En el que fa referència als impactes ambientals, el PNUMA classifica els principals impactes del turisme en: i) la contaminació (com qualsevol altra indústria), com son les emissions atmosfèriques, el soroll, els residus sòlids, les aigües residuals, la contaminació visual; ii) la degradació dels ecosistemes (platges, llacs, riberes, muntanyes, etc.), a través de l'erosió del sòl, la degradació de les terres, la pavimentació extensa, la desforestació causada per la construcció de infraestructures relacionades amb el turisme (hotels, plantes de subministraments d'aigua, restaurants, el desenvolupament de ports esportius, etc.), i les activitats pròpies dels turistes (pel trepig, el fondeig d'embarcacions, el submarinisme, etc.); iii) la sobreexplotació o l'esgotament

dels recursos, tant renovables com no renovables naturals (combustibles fòssils, el sòl fèrtil, els boscos, la vida silvestre, la aigua, etc).

Finalment, tenim els impactes negatius que el turisme pot generar sobre el patrimoni cultural. Aquests impactes sobre el patrimoni cultural local i regional ocorren sobretot amb certs tipus de models de turisme, com per exemple, amb el turisme de masses (Archer i Cooper, 1994; Besculides et al 2002; Johnson et al 1994). Alguns exemples d'aquests impactes són les alteracions en la producció d'artesanía local per tal de satisfer les demandes del turisme, canvis o manipulacions de les tradicions culturals per tal de fer-les més atractives als turistes, i la pèrdua de les llengües natives (vegeu Archer i Cooper, 1994, i Besculides et al., 2002 per a una anàlisi exhaustiva). Els canvis socials també poden ocórrer sobre l'estructura de la comunitat, les relacions familiars, els estils de vida tradicionals, les cerimònies i la moralitat. No obstant això, com sol passar quan diferents cultures es troben, els impactes socioculturals són ambigus: un mateix impacte pot ésser vist com a beneficiós per alguns grups i negatiu per a d'altres.

Bibliografia

- Archer, B.H., Cooper, C. «The positive and the negative impacts of tourism», Theobald, W. (Ed.), *Global tourism: the next decade*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1994, pàg. 73-91.
- Besculides, A., Lee, M.E., McCormick, P.J. «Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism», *Annals of Tourism Research* 29 (2), 2002, pàg. 303-319.
- Bujosa, A., Rosselló, J. «Modelling Environmental Attitudes Toward Tourism» *Tourism Management* 28(3), 2007, pàg. 688-695.
- Conselleria de Turisme. «2013 Dades del Turisme». Palma de Mallorca. Conselleria de Turisme. Govern de les Illes Balears, 2014.
- Fletcher, J.E., Archer, B. «The development and application of multiplier analysis». Dins C. P. COOPER (Ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol. 3. Londres: Belhaven, 1991, pàg. 28-47.
- Instituto de Estudios Turísticos. «Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR). Informe anual 2012». Madrid: Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2013.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., Akis, S. «Residents' perceptions of tourism development». *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 1994, pàg. 629-642.
- Kuvan, Y., Akan, P. R«esidents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya», *Tourism Management* 26, 2005, pàg. 691- 706.

Organització Mundial del Turisme. «Tourism highlights. 2013 Edition». World Tourism Organisation, 2014.

Payeras, M., Sastre, F. «The tourist multiplier: its application to the economy of the Balearic Islands», *Papers de Turisme*, 16, 1994, pàg. 15-29.

Rico-Amorós, A.M., Olcina-Cantos, J., Sauri, D. «Tourist land use patterns and water demand: Evidence from the Western Mediterranean». *Land Use Policy*, 26, 2009, pàg. 493-501.

